



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA KONSUMEN
TOKO NINGRAT BATIK LASEM**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

LINDA EKA MARTIYASARI
NIM 2020- 11- 397

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2024**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA KONSUMEN
TOKO NINGRAT BATIK LASEM**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang
pendidikan Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh:

LINDA EKA MARTIYASARI
NIM 2020- 11- 397

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN TOKO
NINGRAT BATIK LASEM**

Nama : Linda Eka Martiyasari
NIM : 202011397
Program studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

Pembimbing I

(Faridhatun Faidah, S.E., M.M)

NIDN. 0601099201

Pembimbing II

(Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., AWM., QWM., CBV)

NIDN. 0619108502

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)

NIDN. 0024037701

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN TOKO
NINGRAT BATIK LASEM**

Nama : Linda Eka Martiyasari
NIM : 202011397
Program studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2024

Mengetahui

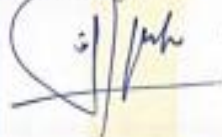
Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)

NIDN. 0024037701

Pembimbing I



(Faridhatun Faidah, S.E., M.M)

NIDN. 0601099201

Mengetahui

Dekan



(Ketut Supriatno, S.E., M.M)

NIDN. 060107304

Pembimbing II



(Irfatomo Rusdianto, S.E., MBA., AWM., QWM., CBV)

NIDN. 0619108502

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

”Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar”.

(Qs. Ar-Ruum:60)

”Bukan kesulitan yang membuat kita takut, tapi ketakutanlah yang membuat kita jadi sulit. Jadi jangan mudah menyerah”.

(Joko Widodo)

Masa depan adalah milik mereka yang percaya dengan impiannya dan jangan biarkan impianmu dijajah oleh pendapat orang lain.

Persembahan

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya, yang selalu mendoakan dan mendukung saya dalam penyelesaian skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN TOKO NINGRAT BATIK LASEM”**. Penulisan dan penelitian skripsi ini bisa diselesaikan dengan baik sehingga penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Tina Rahayu, S.M., M.M., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen
5. Faridhatun Faidah, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah mengarahkan dan membimbing sehingga skripsi dapat diselesaikan dengan baik oleh penulis.
6. Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., AWM., QWM., CBV selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah mengarahkan dan membimbing sehingga skripsi dapat diselesaikan dengan baik oleh penulis.

7. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama penulis menempuh pendidikan.
8. Kedua Orang Tua saya tercinta Bapak Suwignyo dan Ibu Riyanti , orang tua yang hebat yang selalu menjadi penyemangat saya sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia, yang tak henti-hentinya mendo'akan, mencurahkan kasih sayang, perhatian, motivasi, nasihat, serta dukungan secara moral ataupun finansial.
9. Adik saya Dwi Khaira Lubna, terima kasih banyak sudah hadir menjadi adik yang sangat baik dan selalu menghibur
10. Keluarga Besar yang selalu memberikan semangat dan do'a kepada peneliti
11. Pemilik Toko Ningrat Batik Lasem Bapak Rifai, yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk melakukan penelitian, banyak terima kasih sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.
12. Sahabat-sahabatku dan teman Kost Syandana yang telah ikut meramaikan dan memberikan dukungan serta selalu memotivasi untuk selalu mengerjakan skripsi
13. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri karena telah berusaha keras berjuang sampai sejauh ini, tidak menyerah dan terus berusaha sampai akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Tidak lupa penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu penulis berharap dapat diberikan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Kudus, 2024

Penulis



Linda Eka Martiyasari

202011397

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN TOKO
NINGRAT BATIK LASEM**

**Linda Eka Martiyasari
202011397**

Pembimbing: 1. Faridhatun Faidah, S.E., M.M.,
2. Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., AWM., QWM., CBV

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada konsumen Toko Ningrat Batik Lasem. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen Toko Ningrat Batik Lasem yang tidak diketahui secara pasti. Teknik pengambilan sampel *purposive sampling* menggunakan rumus hair dengan hasil sampel sebanyak 100 responden. Analisis data menggunakan analisis SmartPLS versi 3.2.9. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan didapatkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kepuasan pelanggan tidak terbukti memediasi antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian, kepuasan pelanggan tidak terbukti memediasi antara promosi terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: kualitas produk , promosi, kepuasan pelanggan, dan keputusan pembelian

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PROMOTION ON
PURCHASING DECISIONS THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS
AN INTERVENING VARIABLE FOR CONSUMERS OF NINGRAT BATIK
LASEM SHOP***

**Linda Eka Martiyasari
202011397**

Pembimbing: 1. Faridhatun Faidah, S.E., M.M.,
2. Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., AWM., QWM., CBV

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
MANAGEMENT STUDY PROGRAM**

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of product quality and promotion on purchasing decisions through customer satisfaction as an intervening variable for consumers of the noble batik Lasem shop. The population in this research is consumers of the Ningrat Batik Lasem Shop whose exact data is not known. The sampling technique was purposive sampling using the hair formula with a sample of 100 respondents. Data analysis uses SmartPLS analysis version 3.2.9. Based on the results of the research conducted, it was found that product quality has no effect on purchasing decisions, promotions have no effect on purchasing decisions, product quality has no effect on customer satisfaction, promotions have an effect on customer satisfaction, customer satisfaction has no effect on purchasing decisions, customer satisfaction has not been proven to mediate between quality product on purchasing decisions, customer satisfaction is not proven to mediate between promotion and purchasing decisions.

Keyword: product quality, promotion, customer satisfaction, and purchase decision

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Perilaku Konsumen	9
2.2 Keputusan Pembelian	11
2.3 Kualitas Produk	14
2.4 Promosi	16
2.5 Kepuasan Pelanggan	19
2.6 Pengaruh Antar Variabel	21
2.6.1 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian	21
2.6.2 Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian	22
2.6.3 Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan	22
2.6.4 Pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan	23
2.6.5 Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian ..	23

2.7 Penelitian Terdahulu	24
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis	29
2.9 Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Rancangan Penelitian	31
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	31
3.3 Jenis dan Sumber Data	35
3.4 Populasi dan Sampel	36
3.5 Pengumpulan Data	38
3.6 Pengolahan Data	38
3.7 Analisis Data	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	44
4.1.1 Gambaran Umum Toko Ningrat Batik Lasem	44
4.2 Penyajian Data	45
4.2.1 Karakteristik Responden	45
4.2.2 Hasil Tanggapan Responden Pada Variabel Penelitian	47
4.3 Analisis Data	50
4.3.1 Uji Outer Model atau Model Pengukuran	50
4.3.2 Uji Validitas Konvergen	51
4.3.3 Uji Validitas Diskriminan	53
4.3.4 Composite Reliability	55
4.3.5 Uji Inner Model atau Model Struktural	55
4.3.6 Uji Hipotesis	57
4.4 Pembahasan Toko Ningrat Batik Lasem	60
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	60
4.4.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	61
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	61
4.4.4 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan	62
4.4.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian	63

4.4.6 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan.....	64
4.4.7 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	29
Gambar 4. 1 Output PLS Algoorithm	51
Gambar 4. 2 Output Bootstraping	57



DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1. 1 Data Produksi dan Penjualan Toko Ningrat Batik Lasem Tahun 2019-2022	4
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Jenis Kelamin	46
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	47
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	47
Tabel 4. 4 Hasil Tanggapan Responden pada Kualitas Produk (X^1)	48
Tabel 4. 5 Hasil Tanggapan Responden pada Promosi (X^2)	49
Tabel 4. 6 Keputusan Pembelian (Y).....	50
Tabel 4. 7 Hasil Tanggapan Responden pada Kepuasan Pelanggan (Z).....	51
Tabel 4. 8 <i>Outer Loading</i>	53
Tabel 4. 9 <i>Cross Loading</i>	55
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Diskriminan	56
Tabel 4. 11 Hasil <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	55
Tabel 4. 12 Hasil Nilai <i>R-Square</i>	55
Tabel 4. 13 Original sample, <i>T-Statistic</i> dan <i>P-Values</i>	57